

Teknik Informatika

MEMBANGUN CITRA PERUSAHAAN PT. ARYA BORNEO PERKASA DENGAN VIDEO PROFIL

M. Arya Resky¹, Noor Alam Hadiwijaya², Anton Topadang³

^{1,2,3}Teknologi Informasi, Teknik Informatika Multimedia, Politeknik Negeri Samarinda, Samarinda, Indonesia

INFORMASI ARTIKEL

Diterima Redaksi: 09 Agustus 2025
Revisi Akhir: 10 Agustus 2025
Diterbitkan Online: 11 agustus 2025

KATA KUNCI

Kata Kunci: Video Profil, Citra Perusahaan, MDLC, PT. Arya Borneo Perkasa

Keywords:

Keywords: Profile Video, Corporate Image, MDLC, PT. Arya Borneo Perkasa

KORESPONDENSI

E-mail: muhammadaryaresky@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengevaluasi efektivitas video profil dalam membangun citra perusahaan PT. Arya Borneo Perkasa. Melalui pendekatan MDLC, sebuah video profil telah diproduksi dan disebarluaskan melalui platform YouTube. Hasil penelitian menunjukkan bahwa video profil tersebut berhasil meningkatkan persepsi positif masyarakat terhadap perusahaan. Identitas, visi, misi, dan layanan PT. Arya Borneo Perkasa dapat dikomunikasikan melalui elemen visual, cerita, dan pesan yang efektif. Hasilnya menunjukkan bahwa video profil dapat membantu membangun dan meningkatkan citra perusahaan di era digital.

ABSTRACT

This study aims to evaluate the effectiveness of a profile video in building the corporate image of PT Arya Borneo Perkasa. Through the MDLC approach, a profile video has been produced and disseminated through the YouTube platform. The results showed that the profile video succeeded in increasing the public's positive perception of the company. The visual elements, narration, and messages effectively conveyed the identity, vision, mission, and services offered by PT Arya Borneo Perkasa. The findings indicate that profile videos are an effective tool in building and strengthening a company's image in the digital era.

PENDAHULUAN

PT. ARYA BORNEO PERKASA adalah perusahaan distributor batubara yang baru berusia sekitar satu tahun. PT. ARYA BORNEO PERKASA berkomitmen menjadi mitra terpercaya dengan peduli pada praktik yang tidak merusak lingkungan. Tapi sebagai sebuah perusahaan baru, PT. ARYA BORNEO PERKASA dihadapkan pada beberapa tantangan dalam mengonsep citra dan reputasinya di mata masyarakat. PT. ARYA BORNEO PERKASA harus cukup proaktif dan keras dalam menjaga, bahkan membangun citra perusahaan. Salah satu cara untuk mencapai proyek ini adalah melalui produksi video profil perusahaan. Video profil

perusahaan adalah alat komunikasi yang baik untuk menyebarluaskan pesan-pesan penting tentang visi, misi, nilai-nilai, dan keunggulan perusahaan.

Salah satu metode terbaik untuk meningkatkan kesadaran publik dan meninggalkan kesan yang kuat pada penonton adalah video profil. PT. ARYA BORNEO PERKASA dapat menyebutkan beberapa bagian operasinya, seperti teknologi yang digunakan. Di dunia saat ini yang dipengaruhi oleh globalisasi dan revolusi TI, media digital sangat berperan dalam memperkuat citra perusahaan.

Video profil yang dibuat dengan baik dapat menceritakan kisah perusahaan secara menarik dan dapat dijangkau oleh banyak orang. Video profil juga dapat digunakan untuk memberikan transparansi kepada perusahaan. Dengan menceritakan proses operasional, proyek-proyek yang menerima manfaat dari kegiatan sosial, dan kebijakan lingkungan perusahaan, PT. ARYA BORNEO PERKASA dapat memperlihatkan. Ini sebanding penting karena kesadaran masyarakat akan masalah lingkungan dan tanggung jawab sosial perusahaan sangat tinggi.

Oleh karena itu penelitian ini bertujuan untuk menganalisis bagaimana video profil dapat membentuk citra PT. ARYA BORNEO PERKASA melalui pendekatan praktis. Fokus utama dari penelitian ini adalah pada pengambilan video dan proses editing, yang akan menggunakan teknik-teknik seperti sinematografi, motion graphics, dan lain-lain. Data akan dikumpulkan melalui wawancara mendalam dengan manajemen perusahaan, pelanggan, dan pemangku kepentingan lainnya, serta melalui observasi langsung.

TINJAUAN PUSTAKA

1. Video

Pendapat dari Munir (Batubara & Ariani, 2016) bahwa video ini merupakan sebuah teknologi perekaman, penyimpanan, penangkapan, pengelolaan, dan perekonstruksian beberapa urutan gambar diam menjadi bergerak sehingga seakan-akan gambar yang semula tidak bergerak pada akhirnya menjadi bergerak. Pendapat lain juga menyatakan bahwa video ialah gambar dalam sebuah frame yang kemudian gambar-gambar tersebut diproyeksikan dengan menggunakan lensa proyektor sehingga gambar yang ditampilkan dalam layar seakan-akan nampak hidup (Hariati, Rohanita, & Safitri, 2020).

Menurut Cheppy Riyana dalam jurnal (Sulasmianti, 2020) media video pembelajaran adalah media yang menyajikan audio dan visual yang berisi pesan – pesan pembelajaran baik yang berisi konsep, prinsip, prosedur, teori aplikasi pengetahuan untuk membantu pemahaman terhadap suatu materi pembelajaran.

Menurut Sadiman (Nugraha & Nestiyarum, 2021:6), video adalah media pembelajaran yang menyampaikan informasi melalui gambar dan suara, baik berupa fakta maupun fiksi, dengan tujuan beragam seperti memberikan pengetahuan, mendidik, atau memberi petunjuk, serta mampu menyampaikan pesan secara menarik dan mudah dipahami.

Menurut Elihami dkk. (Nurwahidah dkk., 2021:119), video adalah media pembelajaran efektif karena menggabungkan suara dan gambar, sehingga merangsang lebih banyak indera dan membantu siswa memahami serta mengingat materi melalui demonstrasi atau visualisasi.

2. Video Profil

Menurut (Haryoko, 2012) Video Profil adalah media yang sangat efektif yang digunakan mempromosikan daerah, produk, dan mempromosikan suatu perusahaan tertentu

3. Adobe Premier Pro

Menurut Yesternight (2017), Adobe Premiere Pro adalah perangkat lunak pengeditan video buatan Adobe yang banyak digunakan oleh rumah produksi, stasiun televisi, dan praktisi terkait.

Menurut Utopicomputers (2020), Adobe Premiere Pro adalah aplikasi pengeditan video komersial dari Adobe Systems yang banyak digunakan profesional untuk produksi broadcast, televisi, film, dan sinetron.

Menurut Sastrawan, Arthana & Sindu (2017), Adobe Premiere Pro merupakan sebuah program video editing yang dikembangkan oleh adobe, adobe premiere pro juga merupakan aplikasi pengolah video pilihan untuk kalangan profesional, khususnya bagi orang yang suka bereksperimen.

4. Storyboard

Menurut Soenyoto (2017:57), "Storyboard adalah bahan visual dari semula berbentuk bahasa tulisan menjadi bahasa gambar atau bahasa visual yang filmis" Sedangkan menurut Darmawan (2015:75) berpendapat bahwa, "Storyboard merupakan penjabaran dari alur pembelajaran yang sudah didesain (flow charts) yang berisi informasi pembelajaran dan prosedur serta petunjuk pembelajaran".

Menurut Winarni dan Astuti (2019:69-79) Media storyboard adalah suatu rancangan yang berisi dari gabungan gambar atau sketsa yang di rancang secara keseluruhan serta dilengkapi dengan kalimat atau teks yang disusun secara garis besar mengikuti alur hingga selesai yang nantinya akan menjadi suatu cerita yang singkat. Adapun kelebihan dari media pembelajaran storyboard yaitu dapat meningkatkan minat belajar serta memotivasi belajar siswa, dapat membantu siswa untuk memahami konsep-konsep berfikir yang bersifat abstrak, dapat mendorong siswa lebih aktif dalam kegiatan belajar mengajar dan tentunya membuat proses belajar mengajar menjadi lebih menarik.

5. Perusahaan

Menurut hukum untuk pertama kali dirumuskan di dalam Pasal 1 huruf (b) Undang-Undang Nomor 3 Tahun 1982 tentang Wajib Daftar Perusahaan yang ditentukan sebagai berikut: Perusahaan adalah setiap bentuk usaha yang menjalankan setiap jenis usaha yang bersifat tetap dan terus-menerus dan didirikan, bekerja, serta berkedudukan dalam wilayah Negara Indonesia dengan tujuan memperoleh keuntungan dan atau laba.

6. Motion Graphic

Motion Graphic menurut Nugal Choiril (Saputra, 2018: 85), motion graphic merupakan salah satu cabang ilmu desain grafis, dimana dalam motion graphic terdapat elemen-elemen desain seperti bentuk, raut, ukuran, arah, tekstur, didalamnya dengan secara sengaja digerakan atau diberi pergerakan, Adapun menurut Yody motion graphic merupakan graphic yang menggunakan video atau animasi untuk menciptakan ilusi dari gerak atau transformasi. (Nugroho, 2017: 2) Motion graphic pada umumnya merupakan gabungan dari potongan potongan desain/animasi yang berbasis media visual yang menggabungkan bahasa film dengan desain grafis. Ini dapat dicapai dengan memasukkan sejumlah elemen yang berbeda seperti 2D/3D , animasi, video, film, tipografi, ilustrasi, fotografi, dan music.

Menurut Michael Betancourt (Alatas, 2020) motion graphic merupakan gabungan antara film, video, fotografi, ilustrasi, animasi, dan musik, yang di mana di dalamnya juga terdapat tipografi dan grafis yang dapat

digunakan sebagai titles dalam film, bumper, dan elemen grafis lainnya yang muncul di televisi. Sementara itu menurut Dickinson (Fujiyanto & Antoni, 2020) motion graphic dapat meningkatkan kepuasan dalam menentukan ide dengan cara menggabungkan gambar dan suara yang dapat mempengaruhi emosi penonton.

Menurut Sukarno & Setiawan (2015) Motion Graphic adalah potongan-potongan media visual berbasis waktu yang menggabungkan film dan desain grafis. Hal tersebut bisa dicapai dengan menggabungkan berbagai elemenelemen seperti animasi 2D dan 3D, video, film, tipografi, ilustrasi, fotografi, dan music.

Menurut Maerkele, (2017 : 2), "Motion graphics is a field of animation, yet, it focuses on the creation of icons, logos, text, characters and graphics that appear to move. This puts many of the aspects accepted as motion graphics in the realm of graphic design forms and techniques." (Grafis adalah sebuah bidang animasi yang memfokuskan atas terciptanya banyak ikon, logo, teks, karakter, dan grafis yang muncul untuk bergerak. Grafis ini menempatkan banyak aspek yang diterima sebagai gerakan teknik grafis dalam dunia desain grafis.).

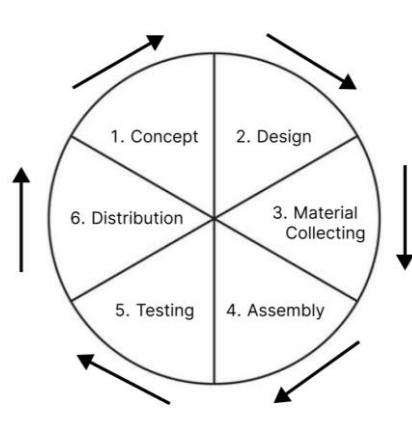
7. Documentary Style

Menurut Arie Atwa Magriyanti, dkk (2020) , Konsep film faktual dan film dokumentasi yang berkolaborasi menghasilkan suatu karya film dokumenter atau di program televisi disebut sebagai dokumenter televisi. Film dokumenter marak dibuat dan telah menjadi industri film sendiri yang berkembang pesat di dunia. Film dokumenter berkembang pesat seiring dengan kemajuan teknologi permasalahan yang lebih kompleks dalam kehidupan manusia secara regional maupun internasional.

Menurut Andi Tejawati, dkk (2019) Film dokumenter adalah sebuah film yang menceritakan kehidupan nyata dengan keadaan yang sebenar-benarnya, dimana kebenaran tersebut berasal dari kejujuran dan kepercayaan pembuat film itu sendiri. Artinya, kebenaran dalam film dokumenter bukanlah suatu hal yang mutlak, dan dapat digambarkan dengan adegan yang mengungkapkan kebenaran tersebut. Masyarakat bisa menarik kesimpulan bahwa pada hakikatnya dokumenter adalah dokumenter, mengenai isi, konteks, dan garapannya itu merupakan tanggung jawab etika dan estetika pembuatnya.

Menurut RISKI PUTRI PUSPITA SARI (2021) Documentary Video is media that provides audio-visual that can be used to assist in teaching and learning process in the class. On the other hands, video will be most appropriate media to support the teacher to introduce the course, topic and many others. In modern technology, documentary video present to help the teacher in giving a record or report of the facts about something (Video Dokumenter adalah media yang menyajikan audio visual yang dapat digunakan untuk membantu proses belajar mengajar di kelas. Di sisi lain, rekaman visual adalah sarana yang paling efektif untuk mendukung pengajar dalam mengenalkan suatu disiplin ilmu, tema, dan berbagai hal lainnya. Dalam era teknologi saat ini, film dokumenter muncul sebagai alat bantu bagi pengajar untuk menyampaikan catatan atau laporan fakta mengenai sesuatu.

METODOLOGI



Gambar 1 Tahapan Penelitian MDLC

Penelitian ini menggunakan metode MDLC, MDLC (Multimedia Development Life Cycle) adalah metode yang sering digunakan dalam pengembangan sistem multimedia, termasuk pembuatan video profil, aplikasi interaktif, dan proyek multimedia lainnya. Metode ini sangat relevan dan dapat digunakan dalam proposal skripsi yang berjudul "Membangun Citra Perusahaan PT. Arya Borneo Perkasa dengan Video Profil". Berikut adalah penjelasan tentang bagaimana MDLC dapat dijadikan sebagai metode dalam proposal skripsi.

CONCEPT (KONSEP)

1. **Identifikasi Kebutuhan** : Menentukan tujuan pembuatan video profil, audiens target, dan pesan utama yang ingin disampaikan.
2. **Perencanaan** : Membuat rencana awal mengenai konten, struktur, dan gaya visual dari video profil.

DESIGN (DESAIN)

1. **Storyboarding** : Membuat storyboard untuk merencanakan setiap adegan video profil, termasuk skrip narasi, visual, dan efek suara.
2. **Desain Grafis** : Mendesain elemen visual yang akan digunakan dalam video, seperti logo, teks, dan grafik.

MATERIAL COLLECTING (PENGUMPULAN MATERIAL)

1. **Pengumpulan Konten** : Mengumpulkan semua materi yang diperlukan, seperti foto, video klip, musik, dan narasi suara.
2. **Wawancara dan Dokumentasi** : Melakukan wawancara dengan karyawan atau manajemen perusahaan untuk mendapatkan bahan konten yang autentik.

ASSEMBLY (PERAKITAN)

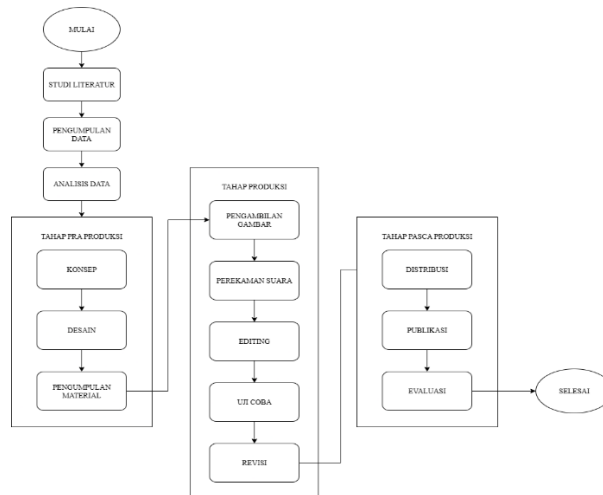
1. **Produksi Video** : Mengedit dan menggabungkan semua elemen yang telah dikumpulkan menjadi sebuah video profil.
2. **Animasi dan Efek** : Menambahkan animasi dan efek visual untuk meningkatkan kualitas video.

TESTING (PENGUJIAN)

1. **Uji Coba** : Menguji video profil pada audiens kecil untuk mendapatkan umpan balik dan memastikan video berfungsi dengan baik di berbagai perangkat.
2. **Revisi** : Melakukan perbaikan berdasarkan umpan balik yang diterima untuk memastikan video sesuai dengan tujuan awal.

DISTRIBUTION (DISTRIBUSI)

1. **Publikasi** : Mendistribusikan video profil melalui berbagai saluran, seperti website perusahaan, media social, dan presentasi perusahaan.
2. **Evaluasi** : Mengukur efektivitas video dalam membangun citra perusahaan melalui survei atau analisis respon audiens.



Gambar 2 Flowchart Proses Produksi

TEKNIK PENGUMPULAN DAN ANALISIS DATA

1. Wawancara

Wawancara akan dilakukan dengan sejumlah individu yang memiliki keterkaitan langsung dengan citra dari perusahaan PT. Arya Borneo Perkasa, yang mencakup manajemen, pegawai, serta sejumlah klien. Bertujuan untuk memahami pandangan dari dalam dan luar mengenai citra perusahaan saat ini, harapan terhadap profil video, serta elemen-elemen yang dianggap penting untuk ditampilkan di dalam video tersebut. Wawancara semi-terstruktur digunakan untuk mengajukan pertanyaan terencana sambil mengeksplorasi jawaban secara mendalam, dilakukan kepada manajer, staf, dan klien utama yang telah bekerja sama dengan perusahaan lebih dari satu tahun.

Pada tahap ini akan dilakukan wawancara dengan sejumlah pihak yang berkaitan dengan perusahaan termasuk manajemen, staf dan beberapa klien. Tujuannya untuk memahami pandangan dari luar dan dalam mengenai citra perusahaan di mata masyarakat. Penulis menggunakan metode wawancara untuk mengumpulkan data yang selanjutnya akan di olah agar mendapatkan hasil yang kritis. Penulis mewawancarai manajemen senior, staf-staf, serta beberapa klien utama yang telah bekerja sama dengan perusahaan selama lebih dari 1 tahun.

2. Observasi

Penulis akan melakukan observasi di beberapa lokasi proyek perusahaan, beberapa point yang perlu dicapai untuk Mendapatkan gambaran nyata tentang budaya kerja dan lingkungan kerjanya serta interaksi antara karyawan dan antara perusahaan dengan klien. observasi ini menggunakan metode partisipatif. Artinya, pihak penyelenggara ikut terlibat dalam kegiatan sehari-hari perusahaan, tentu dalam batas tertentu, untuk mendapatkan perspektif yang lebih mendalam dan akurat.

HASIL DAN PEMBAHASAN

PEMBUATAN FILM

Dalam proses pembuatan video profil PT. ARYA BORNEO PERKASA, memiliki 3 tahap, Pra Produksi, Produksi, dan Pasca Produksi.

TAHAP PRA PRODUKSI

Tahap pra produksi merupakan tahap awal dalam pembuatan video profil PT. Arya Borneo Perkasa. Pada tahap ini dilakukan perencanaan konsep video, penyusunan naskah, pembuatan storyboard, serta persiapan alat dan bahan yang dibutuhkan dalam proses produksi. Tahap ini sangat penting karena menjadi fondasi dari keseluruhan proses produksi video. Video Profil yang peneliti pakai akan menggunakan gaya visual Dokumenter, dengan Motion Graphic (Collage Style).

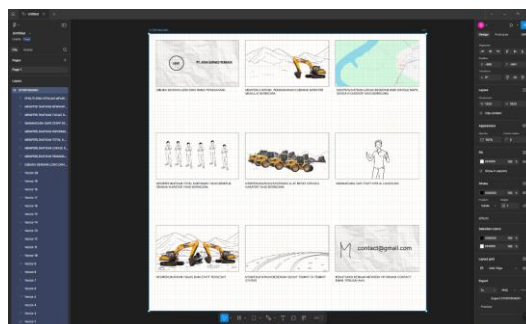
KONSEP VIDEO

Konsep video ide pada pembuatan video profil PT. ARYA BORNEO PERKASA, ialah karena banyaknya stigma negatif yang timbul dari pertambangan ilegal yang bertebaran, maka dibuatlah ide video profil yang sudah di rencanakan oleh pembuat video, dengan tujuan membangun citra perusahaan. Video Profil yang peneliti pakai akan menggunakan gaya visual Dokumenter, dengan Motion Graphic (Collage Style).

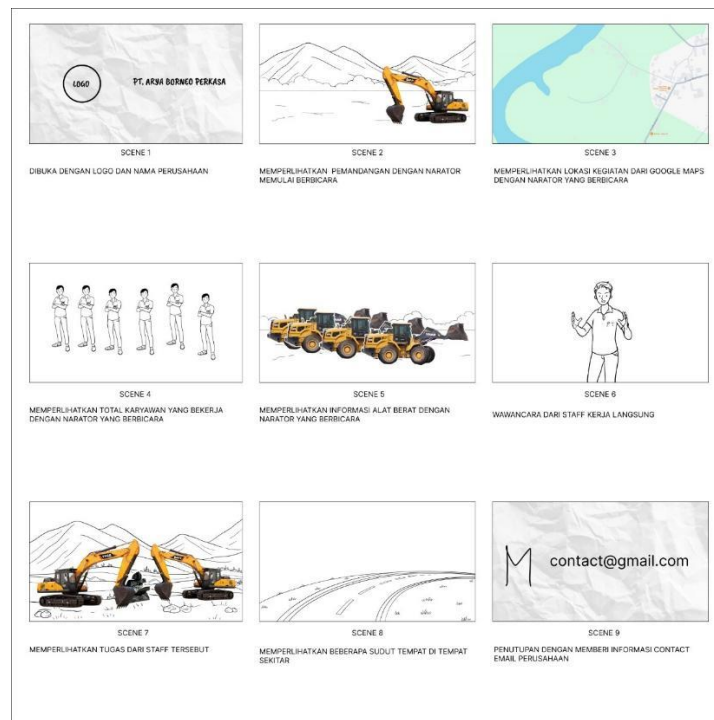
PERANCANGAN

1. Storyboarding

Proses Pembuatan Storyboard, dan Naskah dalam video profil PT. ARYA BORNEO PERKASA, ini dilakukan menggunakan FIGMA.

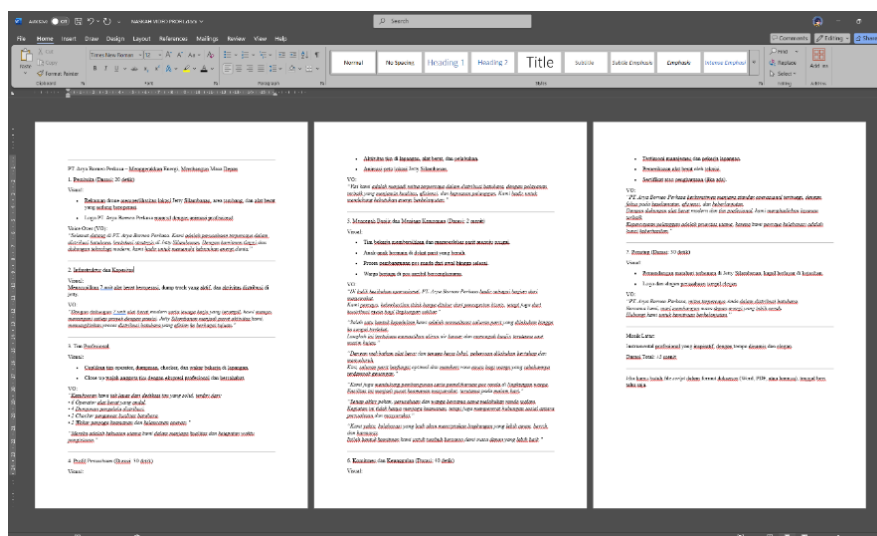


Gambar 3 Tampilan Figma



Gambar 4 Tampilan Storyboard

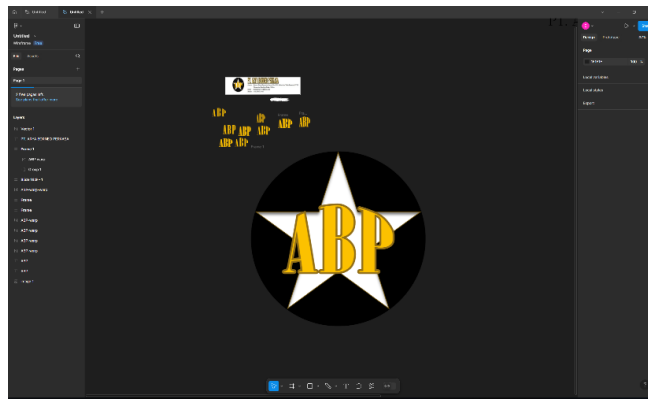
Penulisan Naskah pada video profil PT. ARYA BORNEO PERKASA dilakukan menggunakan Microsoft Word.



Gambar 5 Tampilan Naskah

2. Desain Grafis

Desain Logo PT. ARYA BORNEO PERKASA dilakukan menggunakan Figma, proses desain ulang logo ini dilakukan agar meningkatkan resolusi dari Logo perusahaannya, bukan untuk mengubah.



Gambar 6 Tampilan Logo Dalam Proses Desain

PENGUMPULAN MATERIAL

1. Persiapan Alat dan Bahan

Setelah Naskah dibuat, tahap selanjutnya adalah mempersiapkan alat, bahan, referensi dan beberapa assets. Yang akan digunakan untuk proses pengambilan video adalah kamera sony $\alpha 6000$ dan GoPro Hero 10 untuk alat pendukungnya, peneliti menggunakan tripod dan Mic BOYA V20.



Gambar 7 Kamera Sony a6000



Gambar 8 GoPro Hero 10 Black

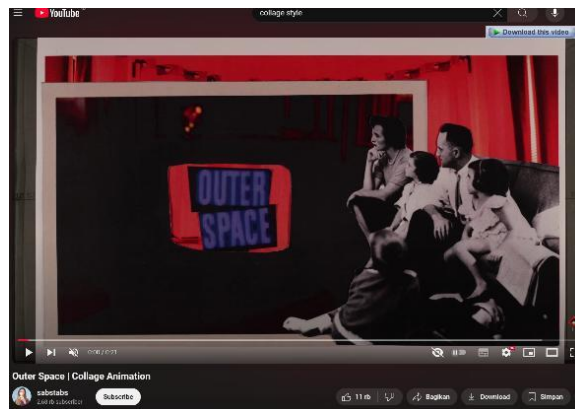


Gambar 9 Boya V20

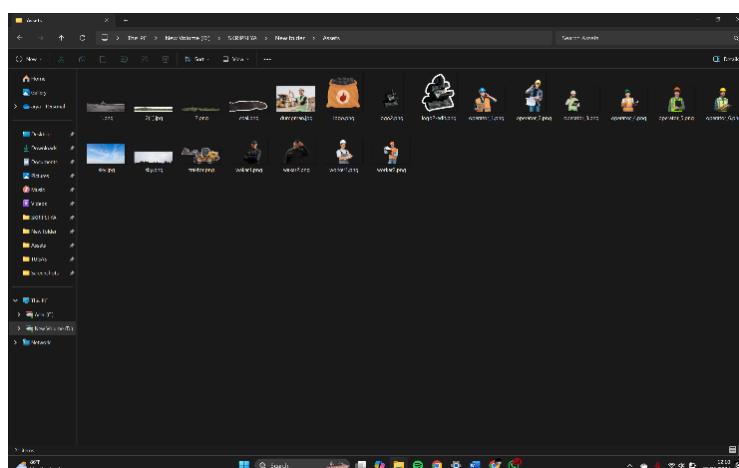


Gambar 10 Tripod Inbex

Pada proses pencarian referensi, peneliti mengumpulkan referensi dari beberapa sumber seperti Youtube, dan beberapa Asset dari Google di web Freepik.



Gambar 11 Refrensi Video



Gambar 12 Asset-asset Dari Freepik

PRODUKSI

1. Pengambilan Gambar

Pada tahap pengambilan gambar dapat dilakukan pada beberapa kondisi, kegiatan ini berlangsung mengikuti jadwal yang telah ditentukan. Pengambilan gambar akhirnya dilaksanakan sesuai tempat dan Lokasi kerja Perusahaan.



Gambar 13 Dokumentasi Video



Gambar 14 Dokumentasi Video



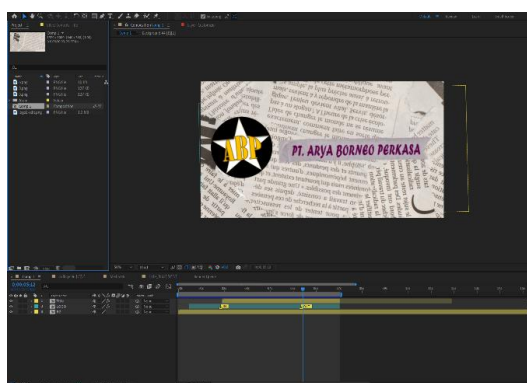
Gambar 15 Dokumentasi Video



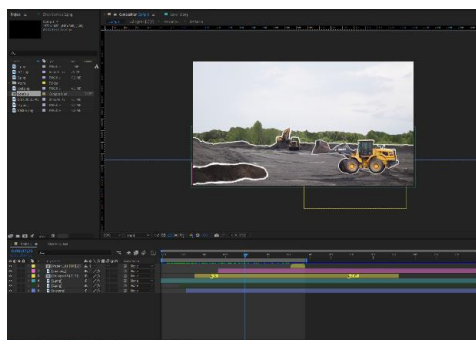
Gambar 16 Perekaman Audio

2. Proses Editing

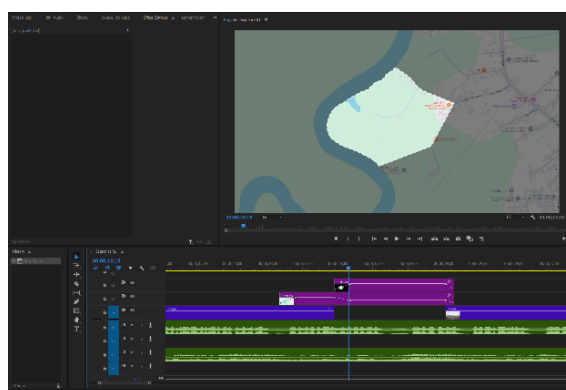
Proses editing dilakukan dengan After Effect dan Premier Pro



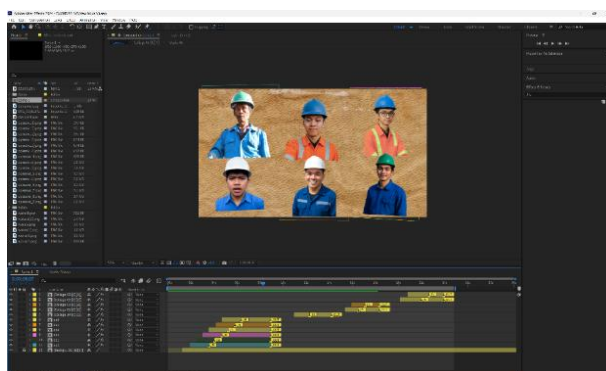
Gambar 17 Proses Pembuatan Intro/Scene 1 di After Effect



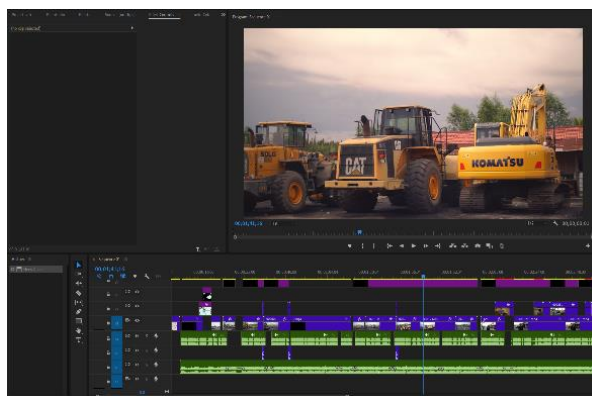
Gambar 18 Proses Pembuatan Scene 2 di Adobe Premiere Pro



Gambar 19 Proses Pembuatan Scene 3 di Adobe Premier Pro



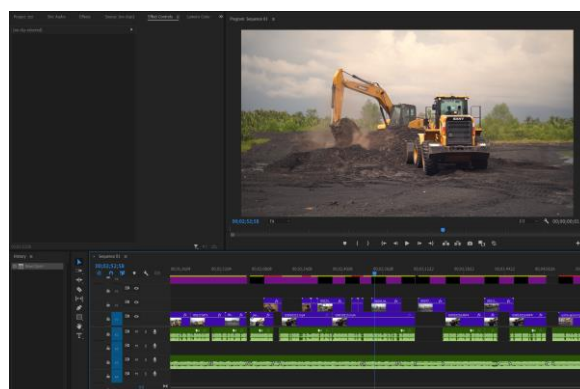
Gambar 20 Proses Pembuatan Scene 4 di After Effect



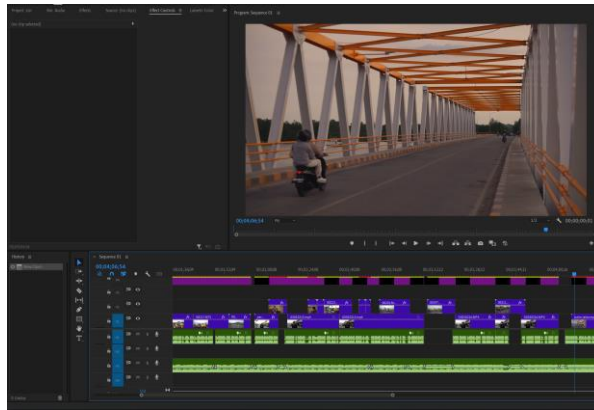
Gambar 21 Proses Ekspor Scene 5 di Adobe Premier Pro



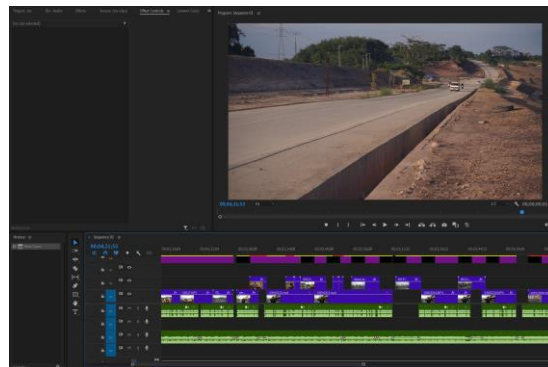
Gambar 22 Proses Ekspor Scene 6 di Adobe Premier Pro



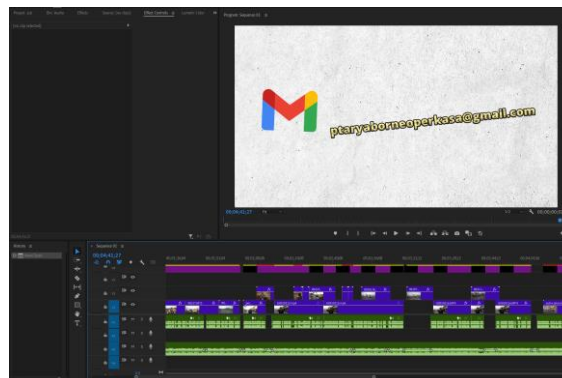
Gambar 23 Proses Ekspor Scene 7 di Adobe Premier Pro



Gambar 24 Proses Ekspor Scene 8 di Adobe Premier Pro



Gambar 25 Proses Ekspor Scene 8 di Adobe Premier Pro



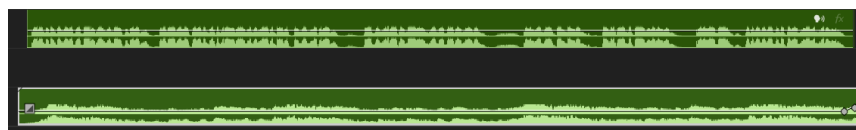
Gambar 26 Proses Ekspor Scene 9 di Adobe Premier Pro

3. Penambahan Efek

Setelah Proses Ekspor semua Scene Selesai selanjutnya Menambahkan beberapa efek suara, suara dari narator dan background music pada video profil tersebut.



Gambar 27 Suara Efek Timeline



Gambar 28 Mengekspor Audio Narator dan Background Music

PENGUJIAN

1. Uji Coba

Setelah mengedit, peneliti menguji video profil tersebut ke beberapa orang yang mau menonton dan memberikan pendapatnya tentang video tersebut, 3 dari 4 orang berpendapat bahwa video tersebut sudah layak untuk di masukkan ke platform Youtube. Untuk 1 orang tersebut berpendapat bahwa audio dari narrator video tersebut terlalu kecil, agar penyampaian dalam video tersebut bisa di dengar lebih jelas lagi.

2. Revisi

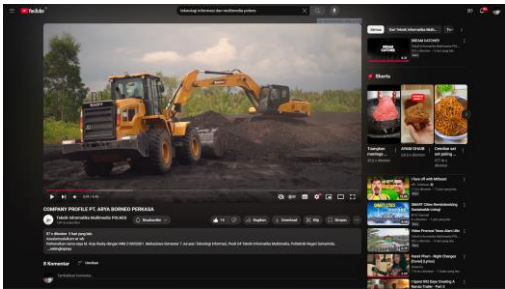
Dari feedback yang diberikan oleh beberapa orang yang di wawancarai, peneliti melakukan perbaikan dengan menaikkan audio dari narator dalam video tersebut, dan memastikan bahwa tujuan awal dari pembuatan video ini tetap tersampaikan.

PASCA PRODUKSI

DISTRIBUSI

1. Publikasi

Setelah menerima beberapa feedback dan melakukan perbaikan, peneliti melakukan publikasi pada video profil PT. ARYA BORNEO PERKASA di platform youtube dengan channel Teknik Informatika Multimedia POLNES. Pada tanggal 26 November 2024.



Gambar 29 Publikasi Platform Youtube

2. Evaluasi

Setelah Publikasi di platform Youtube, tahap selanjutnya adalah tahap evaluasi, evaluasi dilakukan dengan kuesioner sebagai respon terhadap video profil tersebut untuk mengukur pendapat Masyarakat terhadap PT. ARYA BORNEO PERKASA, penghitungan dalam kuesioner ini dilakukan menggunakan skala likert.

Jarak Interval =
$$\frac{\text{skor tertinggi} - \text{skor terendah}}{\text{Banyak Kategori}}$$

Berdasarkan rumus untuk mencari jarak interval, maka didapatkan kriteria kepuasan terhadap Video Profil PT. ARYA BORNEO PERKASA pada tabel 1 di bawah ini.

Tabel 1 Jarak Interval Skor

Kriteria	Skor Interval		
Sangat baik	4,2	<Skor≤	5
Baik	3,4	<Skor≤	4,2
Cukup	2,6	<Skor≤	3,4
Tidak Baik	1,8	<Skor≤	2,6
Sangat Tidak Baik	1	<Skor≤	1,8

Langkah selanjutnya adalah mengumpulkan data melalui kuesioner yang disebar. Jika kuesioner menunjukkan tingkat persetujuan yang memenuhi kriteria untuk kelima gradasi yang ditetapkan oleh Likert, maka bobot akan diberikan sesuai dengan tabel 2.

Tabel 2 Skala Likert

Skala	Bobot
Sangat Setuju	5
Setuju	4
Netral	3
Tidak Setuju	2
Sangat Tidak Setuju	1

Pada tabel 4.3 menunjukkan indeks persentase untuk mengukur seberapa berhasil pengujian video profil PT. ARYA BORNEO PERKASA.

Tabel 3 Skor Interval

Kriteria	Skor Interval		
Sangat baik	84%	<Skor≤	100%
Baik	68%	<Skor≤	84%
Cukup	52%	<Skor≤	68%
Tidak Baik	36%	<Skor≤	52%
Sangat Tidak Baik	20%	<Skor≤	36%

Setelah menghitung indeks persentase jarak interval, tahap selanjutnya adalah pengumpulan data dari kuesioner video profil PT. ARYA BORNEO PERKASA yang telah di isi oleh 41 total responden, dengan waktu 1 minggu pengumpulan kuesioner.

$$y = \frac{x}{\text{skor ideal}} \times 100\%$$

$$X = \Sigma(N \times R)$$

Skor Ideal = nilai likert tertinggi × jumlah responden

Keterangan:

Y = nilai persentase yang dicari

X = jumlah dari hasil perkalian nilai setiap jawaban dengan responden

N = nilai dari setiap jawaban

R = jumlah responden

Pada pertanyaan pertama yaitu, “Seberapa menarik video profil PT. Arya Borneo Perkasa menurut Anda?” diperoleh hasil persentase sebesar 80,97%

Tabel 4 Pertanyaan Pertama

Hasil pengujian pertanyaan pertama						
Pertanyaan ke 1	Keterangan	Skala (N)	Responden (R)	N.R	Skor Maksimal	Index
1	Sangat Menarik	5	14	70	205	80,97%
	Agak Menarik	4	20	80		
	Netral	3	3	9		

	Agak Tidak Menarik	2	3	6		
	Sangat Tidak Menarik	1	1	1		
Jumlah		41	166			

Pada pertanyaan kedua yaitu, “Seberapa jelas pesan yang ingin disampaikan oleh video profil ini?” diperoleh hasil persentase sebesar 79,02%

Tabel 5 Pertanyaan Kedua

Hasil pengujian pertanyaan Kedua						
Pertanyaan ke 2	Keterangan	Skala (N)	Responden (R)	N.R	Skor Maksimal	Index
2	Sangat Jelas	5	14	70	205	79,02%
	Agak Jelas	4	18	72		
	Cukup Jelas	3	5	15		
	Agak Tidak Jelas	2	1	2		
	Sangat Tidak Jelas	1	3	3		
Jumlah		41	162			

Pada pertanyaan ketiga yaitu, “Seberapa relevan video profil ini dengan citra PT. Arya Borneo Perkasa yang Anda ketahui?” diperoleh hasil persentase sebesar 80%.

Tabel 6 Pertanyaan Ketiga

Hasil pengujian pertanyaan Ketiga						
Pertanyaan ke 3	Keterangan	Skala (N)	Responden (R)	N.R	Skor Maksimal	Index
3	Sangat Relevan	5	16	80	205	80%
	Agak Relevan	4	16	64		
	Cukup Relevan	3	5	15		
	Agak Tidak Relevan	2	1	2		
	Sangat Tidak Relevan	1	3	3		
Jumlah		41	164			

Pada pertanyaan keempat yaitu, “Seberapa menarik visual yang digunakan dalam video profil ini?” diperoleh hasil persentase sebesar 81,95%.

Tabel 7 Pertanyaan Keempat

Hasil pengujian pertanyaan Keempat						
Pertanyaan ke 4	Keterangan	Skala (N)	Responden (R)	N.R	Skor Maksimal	Index
4	Sangat Menarik	5	16	80	205	81,95%
	Agak Menarik	4	17	68		
	Netral	3	5	15		
	Agak Tidak Menarik	2	2	4		
	Sangat Tidak Menarik	1	1	1		
Jumlah		41	168			

Pada pertanyaan kelima yaitu, “Seberapa baik kualitas audio dalam video profil ini?” diperoleh hasil persentase sebesar 78,54%.

Tabel 8 Pertanyaan Kelima

Hasil pengujian pertanyaan Kelima						
Pertanyaan ke 5	Keterangan	Skala (N)	Responden (R)	N.R	Skor Maksimal	Index
5	Sangat Baik	5	11	55	205	78,54%
	Agak Baik	4	20	80		
	Cukup Baik	3	7	21		
	Agak Buruk	2	2	4		
	Sangat Buruk	1	1	1		
Jumlah				41	161	

Pada pertanyaan terakhir yaitu, “Apakah video profil ini membuat Anda memiliki pandangan yang lebih positif terhadap PT. Arya Borneo Perkasa?” diperoleh hasil persentase sebesar 83,41%.

Tabel 9 Pertanyaan Terakhir

Hasil pengujian pertanyaan pertama Keenam						
Pertanyaan ke 6	Keterangan	Skala (N)	Responden (R)	N.R	Skor Maksimal	Index
6	Sangat Setuju	5	20	100	205	83,41%
	Agak Setuju	4	12	48		
	Netral	3	6	18		
	Agak Tidak Setuju	2	2	4		
	Sangat Tidak Setuju	1	1	1		
Jumlah				41	171	

Dari hasil perhitungan diatas, maka didapatkan hasil persentase dari keseluruhan pertanyaan dari yang pertama hingga terakhir sebagai berikut.

Tabel 10 Hasil Keseluruhan Pertanyaan

Pertanyaan	Indeks Skor
1	80,97%
2	79,02%
3	80%
4	81,95%
5	78,54%
6	83,41%

Berdasarkan tabel 4.10 diatas, didapatkan Kesimpulan bahwa video profil PT. ARYA BORNEO PERKASA membuat pandangan sebagian Masyarakat berubah kearah yang lebih baik.

KESIMPULAN DAN SARAN

berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan mengenai pengaruh video profil terhadap citra PT. Arya Borneo Perkasa serta evaluasi umpan balik masyarakat, dapat disimpulkan sebagai berikut.

1. Video profil yang dibuat mampu memberikan dampak positif terhadap citra PT. Arya Borneo Perkasa di masyarakat. Dengan adanya elemen visual, narasi, dan data yang disajikan, video memberikan dampak positif pada memahami identitas, misi dan layanan yang ditawarkan oleh Perusahaan. Ini karena sebagian besar terdiri dari persentase evaluasi partisipan pertanyaan yang diberikan dengan perusahaan sebelum dan setelah menonton profil.
2. melihat Reaksi Masyarakat terhadap Video Profil Reaksi masyarakat terhadap video profil umumnya positif. Banyak responden yang memberikan apresiasi terhadap kualitas visual, konten informatif dan penyampaian pesan yang jelas melalui video profil tersebut. Namun, ada beberapa catatan penting yang merupakan saran dan komentar pembersih. Mereka menyatakan, kolaborasi perlu memperbaiki beberapa elemen, seperti audio dan menambahkan elemen yang lebih personal. Ada dua tipik. Prinsip-desain tambahan untuk diterapkan ke video profil dalam membuat referensi utama. Ini memungkinkan perusahaan untuk memperkuat citra mereka.

Adapun beberapa saran yang penulis tambahkan untuk peneliti yang ingin melakukan pengembangan pada aplikasi ini :

1. Sebaiknya pengambilan video dilakukan lebih banyak selama kegiatan berlangsung, mencakup berbagai momen dan sudut pandang yang penting. Hal ini bertujuan untuk menghasilkan dokumentasi yang lebih lengkap dan jelas, sehingga video profil yang dibuat dapat terlihat lebih menarik dan mampu menggambarkan citra perusahaan dengan baik.
2. Penggunaan drone disarankan untuk mengambil sudut gambar yang lebih variatif berskala luas terutama untuk lokasi proyek, atau fasilitas utama perusahaan. Hal ini bertujuan untuk memberi sudut pandang yang lebih menarik, serta membantu menampilkan luasnya area perusahaan, Dengan begitu, video profil akan terlihat lebih profesional dan mampu menarik perhatian penonton.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Gunawan, A. "Hubungan Persediaan Dengan Penjualan Pada Laporan Keuangan Koperasi Bukit Muria Jaya Tahun 2021-2022". 23(43)., 95-109, 2023.
- [2] Kusnandar, Arfyanti, I., Nursobah. "Analisis Perancangan E-Commerce Tart & Cake Fafa Cheese Berbasis WEB". 23(2)., 219-228, 2021.
- [3] Saputro, A.D., Basuki, A. W. B., Saputra, M. A., Agustin, T. "Rancangan Sistem Informasi Pemesanan Pada Toko Roti Tia Berbasis Website". 1(1)., 618-623, 2023.
- [4] Ria, F., Cahyaningtyas, C. "Rancang Bangun Website Penjualan Roti Pada Toko Bakery Di Desa Subah". 2(2)., 59-70, 2023.
- [5] Supriadi, I., Widodo. "Rancang Bangun Aplikasi Penjualan Dan Pemesanan Kue Berbasis WEB". 19(2)., 35-40, 2022.
- [6] Hudaya, G., Supriatna, A.D., Rahayu, S. "Sistem Informasi Penjualan Toko Kue Berbasis WEB". 19(1)., 323-332, 2022.
- [7] Susilawati, T., Yuliansyah, F., Romzi, M., Aryani, R. "Membangun Website Toko Online Pempek Nthree Menggunakan PHP Dan MySQL". 3(1)., 35-44, 2020.
- [8] Raihana, Setiawa, I., Ariansyah. "Rancang Bangun Aplikasi E-Musrenbang Pada Desa Jungai Berbasis Web". 2(3)., 19-27, 2023.
- [9] JH, A.R., Prastowo, A.T. "Rancang Bangun Aplikasi Berbasis Web Sistem Informasi Repository Laporan PKL Siswa (Studi Kasus SMK N 1 Terbanggi Besar)". 2(3)., 26-31, 2021.

- [10] Purnamaputri, D.A., Nugroho, N.E. "Analisis Pengaruh Penjualan, Biaya Promosi Dan Biaya Tenaga Langsung Terhadap Laba Bersih (Perusahaan Barang Konsumen Primer Di Bei 2017-2019)". 20(4)., 295-305, 2022.
- [11] Erpisal, W., Fimawahib, L. "Pengembangan Media Pembelajaran Berbasis Web Sekolah Menengah Pertama (SMP) Kepenuhan Hulu Mata Pelajaran Ilmu Pengetahuan Sosial". 9(1)., 58-65, 2023.
- [12] Ningsih, K.S., Aruan, N.J., Siahaan, A.T.A.A. "Aplikasi Buku Tamu Menggunakan Fitur Kamera Dan Ajax Berbasis Website Pada Kantor Dispora Kota Medan". 1(3)., 94-99, 2022.
- [13] Hidayat, A., Yani, A., Rusidi, Saadulloh. "Membangun Website SMA PGRI Gunung Raya Ranau Menggunakan PHP Dan MySql". 2(3)., 41-52, 2019.
- [14] Andani, M., Sakanudin, Hendrayudi. "Sistem Informasi Pelayanan Kependudukan Desalekah Berbasis Web Menggunakan PHP Dan MySql". 4(1)., 15-27, 2021.
- [15] Murti, S.K., Sujarwo, A. "Membangun Antarmuka Pengguna Menggunakan ReactJs Untuk Modul Manajemen Pengguna". 2(2)., 2021.
- [16] Putra, E.K, Rahmeyeni, F. "Implementasi Database MongoDB Untuk Sistem Informasi Bimbingan Konseling Berbasis Web". 4(1)., 67-73, 2016.
- [17] Suparman, M., Rosada, M., M.Lutpi, Kamaliya, Putri, Sabaniah, F., Alfiah, R.H., Ramadhan, F., Alfaro, I., Rosdiana, M. "Mengenal Aplikasi Figma Untuk Membuat Content Menjadi Lebih Interaktif Di Era Society 5.0". 1(6)., 552-555, 2013.
- [18] Tirtana, A., Zulkarnain, A., Kristanto, B.K, Suhendra, Hamzah, M.A. "Rancang Bangun Aplikasi E-Commerce Guna Meningkatkan Pendapatan UMKM". 14(2)., 2580-8397, 2020.
- [19] Ismawati, E.D., Rachman, T., Dalu, Z.C.A. "Rancang Bangun Aplikasi E-Commerce Pad Toko Roti Adzidzah". 5(1)., 102-107, 2021.
- [20] Duskarnaen, F.M., Praditya, H., Ajic, H. "Pengembangan Web Service Penerimaan Mahasiswa Baru Pascasarjana Universitas Negeri Jakarta Tahun Ajar 2017/2018". 3(1)., 69-75, 2019.
- [21] Widyoutomo, F., Ajie, H., Widodo. "Pengembangan Web Service Modul Mahasiswa Pada Sistem Informasi Akademik Universitas Negeri Jakarta". 5(1)., 2021.
- [22] Fajrin, R. "Pengembangan Sistem Informasi Geografis Berbasis Node.JS Untuk Pemetaan Mesin Dan Tracking Engineer Dengan Pemanfaatan Geogolaction Pada PT IBM INDONESIA". 1(2)., 40-47, 2017.
- [23] Aji, T.B., Ajie, H., Nugraheni, M. "Pengembangan Web Service Aplikasi Manajemen Aset UPT TIK UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA". 6(2)., 69-75, 2022.
- [24] Indrawan, M.E., Adil, A. "Implementasi Restful Web Service One Chip Multi-Client Untuk Mengoptimalkan Penjualan Pulsa All Operator". 16(2)., 11-16, 2017.
- [25] Triawan, A., Prasetyo, M.A. "Penerapan Web Service (XML dan JSON) Untuk Meningkatkan Performace Pada Informasi Pembayaran Uang Kuliah". 8(1)., 78-93, 2018.
- [26] Mediana, D., Nurhidayat, A.I. "Rancang Bangun Aplikasi Helpdesk (A-Desk) Berbasis Web Menggunakan Framework Laravel (Studi Kasus di PDAM Surya Sembada Kota Surabaya". 8(2)., 75-81, 2018.
- [27] Rais, M., Sirad, M.A.H. "Inventory Information System Of Goods Using Codeigniter Framewrok". 3(1)., 23-30, 2019.
- [28] Paillin, D.B., Widiatmoko, Y. "Rancangan Aplikasi Monitoring Online Untuk Meningkatkan Pemeliharaan Prediktif Pada PLTD". 1(1)., 9-17, 2020.
- [29] Wahid, A.A. "Analisis Metode Waterfall Untuk Pengembangan Sistem Informasi". 1(1)., 1-5, 2020.
- [30] Fridayanthie, E.W., Mahdiati, T. "Rancang Bangun Sistem Informasi Permintaan ATK Berbasis Intranet (Studi Kasus: Kejaksaan Negeri Rangkasbitung)". 4(2)., 126-138, 2016.
- [31] Sunarti. "Rancang Bangun Sistem Peminjaman Pada Koperasi Hortina Direktorat Jenderal Hortikultura Jakarta". 1(1)., 42-50, 2016.
- [32] Zalukhu, A., Purba, S., Darma, D. "Perangkat Lunak Aplikasi Pembelajaran Flowchart". 4(1)., 62-70, 2023.
- [33] Ningsih, W., Nurfauziah, H. "Perbandingan Model Waterfall Dan Metode Prototype Untuk Pengembangan Aplikasi Pada Sistem Informasi". 5(1)., 83-95, 2023.